

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia untuk berinteraksi kepada Tuhan, diri sendiri, teman, keluarga, ataupun masyarakat luas. karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Maka dari itu manusia melakukan interaksi sosial dimana interaksi ditandai dengan berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi itu sendiri merupakan proses penyampaian pesan menggunakan komponen-komponen komunikasi agar pesan yang akan disampaikan memiliki kesamaan didalamnya. komponen komunikasi menurut Laswell adalah *source, message, receiver, channel and effect* (Effendy, 2005:253)

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, ada beberapa macam komunikasi tergantung dari segi mana melihatnya. Dari segi penyampaian pesan bisa dengan lisan, tertulis, maupun elektronik. Dari segi bentuk kemasan digolongkan menjadi dua yaitu verbal dan non verbal. Dari segi koresmian pelaku, saluran yang digunakan dan bentuk kemasan pesan dikelompokkan menjadi formal dan informal (Ardianto, 2005: 44).

Dari segi pasangan yang terlibat dalam komunikasi terbagi menjadi beberapa kelompok. Pertama komunikasi intrapersonal yaitu komunikasi yang dilakukan dengan diri sendiri dengan tujuan untuk berfikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung. Kedua komunikasi interpersonal yaitu komunikasi yang dilakukan secara langsung antara komunikator dengan komunikan yang bisa

dilihat langsung efek dari komunikasi tersebut. Ketiga komunikasi kelompok yaitu komunikasi yang melibatkan suatu kelompok dengan bertatap muka dan tujuan dari komunikasi ini sudah diketahui bersama. Keempat komunikasi massa yaitu komunikasi yang dilakukan kepada khalayak atau orang banyak dengan menggunakan saluran media massa (Nurudin, 2007: 19).

Kebutuhan akan komunikasi untuk saat ini tidak bisa dipenuhi hanya dengan tatap muka atau komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok melainkan juga menggunakan komunikasi massa. salah satu komunikasi massa yang tidak hanya sebagai sarana interaksi social, melainkan juga sebagai sarana hiburan yaitu film. Menurut McQuail (2011: 122). Film merupakan salah satu bentuk media massa yang dipandang mampu memenuhi permintaan dan selera masyarakat akan hiburan, dikala penat menghadapi aktivitas hidup sehari-hari. Film sebagai sarana hiburan yang menyajikan cerita, peristiwa, music, drama, humor, pelajaran dan konten-konten lain kepada masyarakat umum.

Film terbagi dari beberapa genre diantaranya film fiksi, *documenter*, semi *documenter*, eksprimental dan setiap genre film-film tersebut memiliki segmentasi dan tujuannya masing-masing. Film sebagai sebuah bentuk karya audio visual, para ilmuwan Perancis mengatakan film disebut dengan sinema, di mana film yang disebut filmis adalah aspek seni yang berkenaan dengan dunia sekitarnya dan sinematis yang lebih mempersoalkan estetika dan struktur internal dari seni film. Film dan sinema kadang juga di sebut dengan *movie* (dari kata *move* artinya bergerak), sehingga *movie* adalah gambar yang bergerak atau gambar hidup (Monaco, 1977: 233).

Di awal tahun 1990 hingga memasuki era milenium televisi tidak hanya didominasi hiburan yang diperankan oleh manusia tetapi para pembuat film telah mengembangkan seni peran yang dulunya diperankan makhluk hidup atau benda-benda untuk menyampaikan makna melalui karya audio visual, kini telah dikembangkan dengan mendesain pemeran melalui gambar manual yang dihidupkan dengan bantuan teknologi untuk kepentingan karya visual, seperti film berbentuk animasi film-film kartun yang tenar di era 90-an atau biasa kita kenal sebagai film animasi (Danesi, 2011: 22).

Film animasi di abad 21 ini telah banyak diproduksi oleh para produsen film, selain untuk kebutuhan industri filmnya juga telah banyak diminati oleh anak-anak, remaja bahkan orang dewasa penikmat film animasi. Animasi dan film pada saat ini banyak dimanfaatkan untuk sejumlah kebutuhan diberbagai bidang sebagai media dalam menyampaikan pesan, baik sifatnya yang *informative* maupun yang interaktif (Mc Quail: 2011: 126). Komunikasi dibidang media seperti iklan, presentasi perusahaan, pendidikan dan film tak jarang menggunakan animasi sebagai bentuk representasi seni peran yang mempresentasikan keadaan, materi dan produk dan memiliki beberapa simbol dalam mentransformasikan pesan.

Inside Out Animation 2015 menjadi perbincangan penikmat film dan media massa setelah mendapat *best animation world academy award* pada tahun 2016. Film animasi Inside Out yang disutradarai Pete Docter ini bercerita tentang seorang anak berusia 11 tahun bernama Riley yang memiliki lima emosi yang ada dalam tubuhnya yaitu *Joy* (senang, Amy Poehler) *Fear* (takut, Bill Hader) *Anger*

(marah, Lewis Black) *Disgust* (jijik, Mindy Kaling) dan *Sadness* (sedih, Phyllis Smith). Film ini merupakan salah satu karya terkemuka dari Pixar. *Inside Out* menerima rating 98% di Rotten Tomatoes. Kritikus memuji konsep film, materi pelajaran, skor musik, dan pertunjukan vocalnya. Film ini meraup \$90.400.000 di akhir pekan pertama pembukaan tertinggi untuk judul asli. Film ini telah mengumpulkan lebih dari \$851.000.000 pendapatan box office di seluruh dunia. Bersama dengan *The Good Dinosaur*, film ini menandai untuk pertama kalinya Pixar merilis dua film di tahun yang sama. Film animasi *Inside Out* mencoba menganalogikan perasaan manusia melalui tokoh-tokoh yang di buat oleh crew creative film *Inside Out* itu sendiri (Ruly Riantrisnanto, 2016)

Film *Inside Out* menceritakan tentang kehidupan manusia yang direpresentasikan kedalam film animasi. Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu membutuhkan interaksi dengan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Interaksi yang dilakukan sebagai bentuk penyampaian pesan verbal ataupun non verbal. Komunikasi juga sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dimanapun dan kapanpun.

Interaksi dalam bentuk apapun yang dilakukan manusia dapat membentuk sebuah makna yang dapat mengubah persepsi dan perilaku seseorang. Makna yang tercipta dari proses komunikasi bisa berupa pesan verbal ataupun pesan non verbal, sehingga simbol-simbol yang muncul dari proses komunikasi bisa berupa bahasa, penampilan fisik dan juga bahasa tubuh atau gestur. Maka dari itu teori komunikasi Interaksionisme simbolik sangat berpengaruh dalam kajian ilmu komunikasi. Komunikasi Interaksionisme simbolik membahas dalam diri manusia

memiliki esensi kebudayaan, hubungan, bermasyarakat dan buah pikiran. Sehingga manusia akan selalu bergerak berdasarkan pemaknaan yang ditangkap dari orang lain, benda dan juga peristiwa yang dilihat. (Fischer, dalam Rakhmat, 2005: 232).

Dalam berkomunikasi terdapat unsur-unsur interaksi simbolik yang dapat membentuk konsep diri seperti yang diasumsikan oleh Herbert Blumner bahwa tindakan manusia merupakan hasil dari pemaknaan tindakan orang lain terhadap mereka. (West, Turner, 2009: 103). Simbol-simbol yang muncul dan diberikan makna merupakan hasil dari interaksi sosial dan untuk memberi makna pada simbol-simbol tertentu. Interaksi yang dilakukan dengan cara menggunakan simbol-simbol pada dasarnya untuk menyampaikan pesan yang ingin dikomunikasikan terhadap sesama dan juga sebagai bentuk pengaruh yang ditimbulkan dari simbol-simbol terhadap perilaku seseorang yang terlibat dalam interaksi sosial.

Menurut Mulyana (2007: 5), komunikasi yang dilakukan seseorang merupakan salah satu bentuk untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri demi keberlangsungan hidup, mendapatkan kebahagiaan dan juga sebagai proses untuk terhidar dari ketegangan, dengan cara berkomunikasi yang sifatnya menghibur dan membangun hubungan baik dengan orang lain. Dalam berinteraksi terdapat pesan-pesan komunikasi yang berupa bahasa ataupun simbol yang memperlihatkan konsep diri seseorang. Pesan yang disampaikan tidak hanya terpaku pada pesan verbal melainkan juga pesan nonverbal.

Dalam penyampaian pesan moral terdapat banyak jenis media komunikasi, salah satunya dengan film, karena film merupakan media yang sifatnya bisa menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Selain itu film yang merupakan karya estetika dan sebagai alat informasi juga memiliki sifat yang menghibur dan dapat menjadi sarana edukasi bagi penontonya. Film di lain sisi juga dapat mejadi sarana penyebaran nilai-nilai budaya baru. Banyak yang menganggap film sebagai media hiburan daripada media pembujuk, padahal film merupakan media yang memiliki kekuatan besar dalam membujuk atau mempersuasi penontonya (Ibrahim, 2011: 10).

Film animasi yang biasanya di anggap hanya dinikmati kalangan anak-anak saja sebenarnya juga bisa dinikmati oleh kalangan orang dewasa karena film animasi jalan ceritanya bisa disesuaikan dengan penontonnya. Film animasi yang dahulunya hanya bersifat menghibur semata, sesuai perkembangan jaman sekarang film animasi juga bertambah fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan lewat adegan-adegan, jalan cerita dan juga peran yang ada dalam film. Menurut Danesi (2011: 25) Film animasi yang selalu disajikan secara menarik sehingga membuat penonton dapat benar-benar memahami isi pesan yang disampaikan, karena jika ada ketertarikan maka penonton akan lebih memperhatikan tayangan-tayangn yang terdapat pada film tersebut. Dengan demikian pesan-pesan yang disampaikan film akan lebih melekan pada penontonnya

Film yang dibuat dari kreatifitas diperlukan konsep, ide-ide dan proses yang panjang untuk menghasilkan karya yang berkualitas secara *visual* dan

verbal. Untuk mendapatkan ide, konsep dan jalan cerita bisa dengan cara mengangkat cerita dari buku, novel, puisi, dongeng, cerpen, kisah nyata ataupun dari catatan pribadi. (Danesi, 2011: 27). Salah satu film yang diangkat dari catatan pribadi dan diaplikasikan kedalam film animasi adalah *Inside Out* yang merupakan kisah pribadi dari sutradara film ini sendiri dalam khayalan yang diangkat menjadi sebuah film animasi.

Inside out salah satu film yang sangat padat dalam mengungkapkan sisi kehidupan sehari-hari manusia yang selalu berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Film ini bercerita tentang kenyataan bahwa didalam pikiran kita sendiri ada emosi-emosi yang berbeda, yakni senang, takut, marah, jijik, dan sedih. Sehingga film yang memiliki durasi hampir dua jam ini dapat memberikan sebuah representasi kehidupan manusia sehari-hari dalam berkomunikasi, baik intrapersonal dan interpersonal. Setidaknya film ini dapat menjadi jawaban bagi penonton atau audiennya bahwa semua orang memiliki permasalahan, masa lalu dan kisah tersendiri dalam mengatasi emosi dan ego di kehidupan sehari-hari.

Melalui film *Inside Out* ini, dapat membangun kesadaran seberapa pentingnya emosi dalam hidup seseorang dan mampu menggambarkan secara sederhana cara kerja emosi, yang memungkinkan kita untuk menjelaskan kecerdasan emosi kepada banyak orang. Yang menarik dalam film ini adalah bagaimana film *Inside Out* ini memberikan sudut pandang baru, dimana kumpulan memori atau ingatan dalam otak manusia dikendalikan oleh emosi. Selain itu, hal yang dapat lebih jelas ditangkap oleh penonton adalah bagaimana setiap emosi senegatif apapun ternyata berguna bagi perkembangan psikologis manusia. Film

ini memiliki ide atau gagasan yang sangat unik, dan mampu menyampaikan ide tersebut kepenontonnya dengan baik. Pete Docter sebagai pembuat film mendapatkan ide untuk film ini dari pengalaman pribadi dalam menghadapi putrinya, Ellie yang baru menginjak usia 11 tahun. Ellie mengalami perubahan perilaku dalam beranjak dewasa. Film *Inside Out* ini memiliki ide cerita yang sangat bagus. Dengan riset selama 5 tahun agar setiap sisi psikologisnya dapat disampaikan seakurat mungkin kepada penonton.

Ada lima emosi yang ada pada diri manusia yaitu, rasa bahagia, kesedihan, amarah, ketakutan, ketidaksukaan atau jijik. Setiap emosi membantu sama lain dan saling berkaitan dalam menghadapi suatu masalah. Kelima emosi yang ada dalam diri manusia juga berperan dalam membentuk kepribadian seseorang. Proses pengembangan film ini dibantu oleh sejumlah ilmuwan psikologis termasuk Dacher Keltner dari Universitas California, Berkeley. Sehingga pesan yang ingin disampaikan dari film ini dapat diterima dengan baik oleh penonton dari proses representasi yang diberikan. Sehingga penonton dapat pembelajaran yang sangat berharga bagaimana sulitnya remaja untuk tumbuh dan berkembang dan juga bagaimana penonton memahami kesedihan adalah sesuatu yang tidak harus dihindari karena terkadang manusia harus merasakan kesedihan untuk mendapatkan kebahagiaan yang sebenarnya.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti akan memilih satu film animasi tiga dimensi yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian untuk mengetahui nilai moral tanggung jawab yang ada pada film animasi tersebut, apabila dilihat dari kacamata ilmu komunikasi terutama terhadap pesan secara verbal maupun non

verbal. Maka dari itu akan menjadi menarik jika menelusuri apa tanda-tanda yang ada dalam film ini. Terutama tanda-tanda yang merepresentasikan komunikasi intrapersonal dalam kehidupan sehari-hari. Film pada umumnya dibuat berdasarkan dari tanda-tanda yang di kolaborasikan untuk mencapai efek tertentu, karena film adalah sebuah karya audio dan visual, maka tanda-tanda yang ada dalam film merupakan tanda yang berupa suara dan gambar. Tanda-tanda tersebut merupakan sebuah gambaran tentang suatu hal apabila ditelaah melalui analisis semiotika. Maka dari itu peneliti melihat bahwa banyak simbol dan isi yang terkandung didalam film tersebut yang memiliki makna-makna tertentu baik secara representasi intrapersonal maupun permasalahan secara makna tersirat dan tersurat sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“REPRESENTASI KOMUNIKASI INTRAPERSONAL DALAM FILM ANIMASI (Analisis Semiotika Pada Film Inside Out Karya Pete Docter)”**

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apa makna dari tanda yang merepresentasikan konsep komunikasi intrapersonal dalam film animasi Inside Out?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa makna dari tanda yang merepresentasikan konsep komunikasi intrapersonal dalam film animasi Inside Out.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi pada studi ilmu komunikasi, khususnya pada konsentrasi audio visual dengan fokus studi interpretasi pada topik media massa dan film di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

1.4.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam penelitian studi analisis semiotika. Selain itu penelitian ini dapat menjadi masukan untuk menambah wawasan pada penonton tentang analisis teks media dengan melihat tanda-tanda dalam ilmu semiotika

1.4.3 Manfaat Metodologis

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk penelitian serupa atau penelitian secara teoritis tentang analisis semiotika dan film dari perspektif teori komunikasi intrapersonal